

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Setelah kegiatan proses produksi selesai, maka kegiatan lain yang tidak kalah pentingnya bagi perusahaan adalah bagaimana hasil produksi tersebut dapat sampai kepada konsumen yang membutuhkan. Perusahaan bukan hanya dituntut untuk memproduksi barang yang bermutu, tetapi juga dituntut untuk menyalurkan atau menyampaikan produk yang bermutu tersebut kepada konsumen yang membutuhkan.

Pada masa sekarang ini, dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat, maka sudah dapat diproduksi barang yang dengan mutu yang baik dan dalam jumlah yang banyak. Namun barang-barang dengan mutu yang baik tersebut tidak akan berguna apabila belum sampai ke tangan konsumen. Diperlukan usaha-usaha dari perusahaan agar produk yang bermutu tersebut terdapat di pasaran dan terjangkau oleh konsumen.

Oleh karena itu diperlukan usaha-usaha pemasaran yang baik agar produk dapat sampai kepada konsumen. Kegiatan pemasaran sendiri merupakan suatu kegiatan yang bertugas menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari perusahaan kepada konsumen yang membutuhkannya. Dengan pengelolaan kegiatan pemasaran yang tepat dan baik, maka akan dapat mendorong peningkatan volume penjualan, sehingga tidak tertutup kemungkinan bagi perusahaan untuk memperbesar atau meningkatkan jumlah keuntungan.

Salah satu fungsi yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran adalah fungsi saluran distribusi. Saluran distribusi mempunyai tugas sebagai perantara yang menjembatani jarak antara produsen dan konsumen. Saluran distribusi menyangkut pemindahan sejumlah barang dari gudang sampai ke konsumen setelah melalui beberapa lembaga perantara. Kegiatan distribusi meliputi : penentuan lembaga perantara, penentuan lokasi persediaan serta penyimpanannya, penetapan prosedur pemesanan dan metode pengangkutan.

Adanya saluran distribusi yang baik bukan saja mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dalam jumlah dan pada waktu yang tepat, tetapi sekaligus juga menunjukkan peningkatan pelayanan dari perusahaan kepada konsumen. Hal ini tentu saja akan meningkatkan citra perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan dalam arena persaingan dan bahkan memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Begitu pentingnya saluran distribusi bagi pemasaran hasil produksi perusahaan, maka perusahaan harus dapat melakukan pemilihan saluran distribusi yang tepat dan terkelola baik agar produknya terdapat dipasaran dan menjangkau setiap konsumen. Dengan demikian tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba terpenuhi dan otomatis kelangsungan perusahaan terjamin.

Inilah yang mendorong penulis untuk memilih judul skripsi **“TINJAUAN KEGIATAN DISTRIBUSI UNTUK MENUNJANG PENJUALAN PADA PD. SEHAT SEJAHTERA”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Saluran distribusi dalam suatu perusahaan memegang peranan yang penting sebab saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kemajuan dari perusahaan. Pemilihan dan penentuan saluran distribusi yang tepat akan mendorong meningkatnya volume penjualan, sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi akan tercapai. Sebaliknya pemilihan dan penentuan saluran distribusi yang kurang tepat akan merugikan perusahaan.

Pada PD. SEHAT SEJAHTERA pelaksanaan kegiatan distribusinya mengalami hambatan sehingga mengakibatkan kurang lancarnya usaha penjualan perusahaan. Hambatan utama dihadapi oleh perusahaan adalah luasnya wilayah pemasaran yang dilayani oleh distributor perusahaan. Ini mengakibatkan daerah-daerah pemasaran yang potensial kurang tertangani dengan baik dan tersaingi oleh produk dari perusahaan pesaing. Luasnya daerah pemasaran membutuhkan tersedianya jaringan/saluran distribusi yang memadai yang dapat menunjang keberhasilan pemasaran produk-produk perusahaan.

Bertitik tolak dari permasalahan tersebut, penulis membahas masalah-masalah yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan distribusi yang dijalankan oleh PD. SEHAT SEJAHTERA.
2. Bagaimana perbandingan hasil pelaksanaan distribusi dalam kota dan luar kota.
3. Hambatan-hambatan apa yang dihadapi oleh perusahaan dalam kegiatan distribusinya dan bagaimana mengatasinya.

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan distribusi yang dijalankan oleh PD. SEHAT SEJAHTERA.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbandingan hasil pelaksanaan distribusi dalam kota dan luar kota.
3. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam kegiatan distribusinya dan untuk mengetahui cara mengatasinya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan agar penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan dan bagi penulis antara lain :

1. Bagi perusahaan yaitu :

Dapat memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan dalam mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sebagai dasar pertimbangan untuk perencanaan kegiatan dimasa yang akan datang , membantu dalam pengambilan suatu keputusan atau sikap yang terbaik bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan melalui saluran distribusi.

2. Bagi penulis yaitu :

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis dalam bidang penelitian sekaligus sebagai latihan untuk mengimplementasikan teori-teori dan pengetahuan yang telah diterima dan dipelajari selama ini.

3. Bagi pihak lain yaitu :

Untuk memberikan informasi tentang PD. SEHAT SEJAHTERA.

## **E. Metodologi Penelitian**

Adapun data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkannya melalui beberapa cara pendekatan.

1. Metode yang digunakan dibagi menjadi dua yaitu :

### **A. Riset Kepustakaan ( Library Research )**

Metode ini dilakukan melalui pengumpulan data dengan mempelajari berbagai buku dan referensi yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini, terutama yang menyangkut bidang pemasaran, sebagai dasar perbandingan dengan keadaan dan permasalahan yang timbul di dalam perusahaan.

### **B. Riset Lapangan ( Field Research )**

Metode ini dilakukan melalui pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengadakan penelitian secara langsung ke tempat perusahaan dimana masalah-masalah itu timbul untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai permasalahan tersebut.

2. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan dengan cara :

### **A. Wawancara ( Interview )**

Mengadakan tanya jawab langsung dengan manajer pemasaran dari perusahaan serta pihak-pihak lain yang dapat membantu penulis untuk memperoleh data yang diperlukan.

### C. Pengamatan ( Observasi )

Dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan topik pembahasan.

### 3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif yaitu menganalisis masalah-masalah yang telah dihimpun dengan maksud untuk mencari jalan keluar dari masalah-masalah yang dihadapi melalui peralatan analisis dari unsur-unsur bauran pemasaran.

### F. Sistematika Penulisan

Secara sistematis, penulisan skripsi ini akan terbagi menjadi lima bab dengan susunan dan uraian sebagai berikut :

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah.
- B. Perumusan Masalah.
- C. Tujuan Penelitian.
- D. Manfaat Penelitian.
- E. Metodologi Penelitian.
- F. Sistematika Penulisan.

#### **BAB II. LANDASAN TEORI**

- A. Pengertian Pemasaran.
- B. Pengertian Distribusi.
- C. Pemilihan Saluran Distribusi.

D. Distribusi Fisik.

### **BAB III. Gambaran Umum Perusahaan**

- A. Sejarah Berdirinya Perusahaan dan Perkembangannya.
- B. Struktur Organisasi dan Manajemen Perusahaan.
- C. Pelaksanaan Distribusi.

### **BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

- A. Pelaksanaan Saluran Distribusi.
- B. Perbandingan Hasil Pelaksanaan Distribusi dalam kota dan luar kota.
- C. Hambatan-hambatan yang Dihadapi Perusahaan dalam Usaha Pengiriman Barang.

### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan
- B. Saran.